

**LE BONHEUR DANS L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL**  
**FELICIDADE NO AMBIENTE DE TRABALHO**  
**HAPPINESS IN THE WORKPLACE**  
**FELICIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO**

Aline Botolotto  
MBA em Gestão de Pessoas- Universidade de Caxias do Sul  
aline.anghinoni@hotmail.com

Flavia Camargo Bernardi  
Mestre em Administração- Universidade de Caxias do Sul  
flavia.bernardi@mkfsolucoes.com.br  
<https://orcid.org/0000-0002-4334-6189>

Uiliam Hahn Biegelmeier  
Doutor em Administração - Universidade de Caxias do Sul  
uiliam.hb@terra.com.br  
<https://orcid.org/0000-0002-8656-9809>

Mario Noel  
Bacharel em Administração- Universidade de Caxias do Sul  
mnoel@ucs.br

Editor Científico: José Edson Lara  
Organização Comitê Científico  
Double Blind Review pelo SEER/OJS  
Recebido em 27.09.2020  
Aprovado em 25.02.2021



Este trabalho foi licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição – Não Comercial 3.0 Brasil

## Resume

**Objectif:** Cette étude vise à identifier la perception des employés d'une entreprise brésilienne dans le segment de la facturation, par rapport au bonheur dans l'environnement de travail, et ce qui génère plus de bonheur dans la vie personnelle et dans l'environnement de travail.

**Méthodologie/Approche:** La méthodologie de recherche comprend une seule étude de cas, par le biais de recherches exploratoires avec approche quantitative utilisant l'échelle Fordyce pour évaluer le bonheur momentané. L'objet de recherche était une entreprise dans le secteur de la facturation, avec environ quatre-vingt-dix employés où un échantillon d'environ 50% a été obtenu. Il a été utilisé un questionnaire validé par des experts avec un échantillon contemplant tous les niveaux fonctionnels.

**Originalité/Pertinence:** Parce qu'il s'agit d'un sujet relativement nouveau étudié et par l'ignorance de celui-ci par la plupart des entreprises brésiennes justifie déjà cette étude, Dans l'environnement organisationnel, il a commencé à se faire remarquer ces dernières années, où il y avait des cas d'amélioration de la productivité.

**Principaux résultats:** Les résultats montrent que 89,1 % des personnes interrogées les considèrent comme encadrées dans les plus hauts niveaux de bonheur selon l'échelle de Fordyce, et les raisons du bonheur sont très liées à des aspects personnels (amitiés, réalisations, voyages/visites, santé, stabilité financière, joie des enfants et intimité avec Dieu).

**Contributions théoriques et méthodologiques:** L'étude démontre qu'il est important de faire de la recherche dans l'environnement organisationnel, car il a été démontré que l'entreprise peut potentialiser tout ce qui a été bien mis en évidence au sein de l'organisation et également développer des améliorations dans les données recueillies. Ces données sont également utilisées par la direction des personnes pour minimiser les facteurs liés à la houle des employés.

**Mots-clés:** Bonheur. Ambiance de Travail . Le bonheur au travail.

## Resumo

**Objetivo:** Este estudo tem como objetivo identificar a percepção dos funcionários de uma empresa brasileira do segmento de cobrança, em relação à felicidade no ambiente de trabalho, e o que gera mais felicidade na vida pessoal e no ambiente de trabalho.

**Metodologia/Abordagem:** A metodologia de pesquisa contempla um estudo de caso único, por meio de pesquisa exploratória com abordagem quantitativa utilizando a escala Fordyce para avaliar a felicidade momentânea. O objeto de pesquisa foi uma empresa do ramo de cobranças, com cerca de 90 funcionários onde obteve-se uma amostra de cerca de 50%. Foi utilizado um questionário validado por especialistas com uma amostra contemplando todos os níveis funcionais.

**Originalidade/Relevância:** Por ser um assunto estudado relativamente novo e pelo desconhecimento do mesmo pela maioria das empresas brasileiras, já justifica este estudo. No ambiente organizacional o mesmo começou a destacar-se nos últimos anos, onde constatou-se casos de melhora na produtividade, empenho e comprometimento.

**Principais resultados:** Os resultados mostram que 89,1% dos entrevistados consideram enquadrados nos níveis mais altos de felicidade segundo a escala de Fordyce, e os motivos da felicidade estão altamente relacionados com os aspectos pessoais (amizades, conquistas, viagens/passeios, saúde, estabilidade financeira, alegria dos filhos e intimidade com Deus).

**Contribuições teóricas/metodológicas:** O estudo demonstra que é importante fazer a investigação no ambiente organizacional, pois ficou evidenciado que a empresa pode potencializar tudo o que foi destacado de bom dentro da organização e ainda desenvolver melhorias nos dados colhidos. Sendo ainda estes dados aproveitados pela gestão de pessoas para minimizar fatores relacionados à infelicidade dos colaboradores.

**Palavras-chave:** Felicidade. Ambiente de trabalho. Felicidade no trabalho.

## Abstract

**Objective:** This study aims to identify the perception of employees of a Brazilian company in the collection segment, in relation to happiness in the work environment, and what generates more happiness in their personal life and in the work environment.

**Methodology/Approach:** The research methodology includes a single case study, through exploratory research with a quantitative approach using the Fordyce scale to assess momentary happiness. The research object was a collection company, with around 90 employees where a sample of about 50% was obtained. A questionnaire validated by specialists with a sample covering all functional levels was used.

**Originality/Relevance:** Because it is a relatively new subject studied and the fact that most Brazilian companies are unaware of it, this study is already justified. In the organizational environment, it started to stand out in recent years, where there were cases of improvement in productivity, performance and commitment.

**Main results:** The results show that 89.1% of the interviewees consider they are framed in the highest levels of happiness according to the Fordyce scale, and the reasons for happiness are highly related to the personal aspects (friendships, conquests, trips/walks, health, financial stability, children's joy and intimacy with God).

**Theoretical/Methodological Contributions:** The study demonstrates that it is important to carry out research in the organizational environment, as it became evident that the company can enhance everything that was highlighted within the organization and still develop improvements in the data collected. These data are also used by people management to minimize factors related to employee unhappiness.

**Keywords:** Happiness. Workplace. Happiness at Work.

## Resumen

**Objetivo:** Este estudio tiene como objetivo identificar la percepción de los empleados de una empresa brasileña en el segmento de cobranza, en relación a la felicidad en el ambiente laboral, y lo que genera más felicidad en su vida personal y en el ambiente laboral.

**Metodología/Enfoque:** La metodología de investigación incluye un estudio de caso único, mediante una investigación exploratoria con enfoque cuantitativo utilizando la escala de Fordyce para evaluar la felicidad momentánea. El objeto de investigación fue una empresa de cobranza, con alrededor de 90 empleados donde se obtuvo una muestra de alrededor del 50%. Se utilizó un cuestionario validado por especialistas con una muestra que cubría todos los niveles funcionales.

**Relevancia de la originalidad:** Debido a que es un tema de estudio relativamente nuevo y al hecho de que la mayoría de las empresas brasileñas lo desconocen, este estudio ya está justificado. En el ámbito organizacional, comenzó a destacar en los últimos años, donde se registraron casos de mejora en la productividad, desempeño y compromiso.

**Resultados principales:** Los resultados muestran que el 89,1% de los entrevistados se considera enmarcado en los niveles más altos de felicidad según la escala de Fordyce, y los motivos de felicidad están altamente relacionados con los aspectos personales (amistades, conquistas, viajes / paseos, salud, estabilidad financiera, alegría de los niños e intimidad con Dios).

**Aportes Teóricos/Metodológicos:** El estudio demuestra que es importante realizar investigación en el entorno organizacional, pues se hizo evidente que la empresa puede potenciar todo lo que se destacó dentro de la organización y aún así desarrollar mejoras en los datos recolectados. Estos datos también son utilizados por la gerencia de personas para minimizar los factores relacionados con la infelicidad de los empleados.

**Palabras clave:** Felicidad. Ambiente de trabajo. Felicidad en el trabajo.

## 1 INTRODUCTION

L'intérêt pour l'étude du bonheur en milieu de travail est né de la pertinence que le thème présente aux organisations. De plus en plus, les personnes sont de plus en plus nécessaires pour être connectées au monde de la gestion des personnes. Dans le contexte brésilien, il existe déjà des cas positifs, où les pratiques de certaines entreprises ont été modifiées ou adaptées et ont commencé à générer plus de bonheur chez leurs employés et, par conséquent, des résultats plus fructueux. Le cas d'Elektro, par exemple, lorsque la marge de satisfaction des salariés est de 99% dans son enquête sur le climat après le changement de mentalité de la direction de l'entreprise (Fernandes, 2015).

De même, Brum (2017, p. 24) souligne que le bonheur lié au travail contribue fortement à la génération de bénéfices. Les gens satisfaits de leur travail produisent

généralement de plus en plus efficacement, puisqu'ils se trouvent dans l'état émotionnel idéal pour atteindre les objectifs proposés.

Dans une autre étude préparée par Fidelis, Borelli et Rech (2015, p. 6), le bonheur était lié à quatre idées principales : l'épanouissement personnel, l'être avec les gens, le travail et la paix avec soi-même. L'étude montre également que le bonheur est très lié au thème de la famille, et que le travail et le bonheur sont essentiels pour le succès et la performance des entreprises. Les entreprises heureuses impliquent la gestion et la performance de haute qualité avec l'orientation humaniste des actions.

De cette brève contextualisation, cette étude a comme problème de recherche: Quelle est la perception de l'équipe de l'entreprise sur le bonheur dans l'environnement de travail?

Par conséquent, l'objectif général de cette recherche est d'identifier la perception des professionnels de l'entreprise sur la philosophie du bonheur dans l'environnement de travail. En tant qu'objectifs secondaires, il a été établi de:

- a) Effectuer l'examen théorique sur le bonheur dans l'environnement de travail.
- b) Développer une recherche avec les professionnels de l'entreprise, en ce qui concerne le niveau de bonheur et les raisons qui génèrent le bonheur.

Bien que le thème du bonheur dans l'environnement de travail soit relativement nouveau dans le contexte organisationnel, l'article présente une construction théorique basée principalement sur les concepts de Fernandes (2015), Achor (2012), Seligman (2004) et plusieurs autres auteurs qui abordent le thème.

Dans cet article, le bonheur a été étudié avec les employés d'une société brésilienne de conseil en collecte, visant à identifier les pratiques déjà utilisées par l'organisation et les changements possibles pour améliorer l'environnement de travail.

En ce sens, la méthodologie de recherche consiste en une étude de cas. En outre, la recherche est caractérisée comme exploratoire avec une approche quantitative, par l'application d'un questionnaire. Le questionnaire comprend une échelle déjà validée.

En plus de cette introduction, l'article examine le fondement théorique, le détail de la méthodologie appliquée dans l'étude, l'analyse des données, et enfin, les considérations finales, dans lesquelles les principaux résultats, les limites de la recherche et les suggestions d'études futures sont présentés.

## 2 FONDAMENTATION THEORIQUE

La base théorique, pour une meilleure organisation est divisée comme suit: au départ, elle présente les concepts sur le bonheur, comment il est abordé dans l'environnement de travail, l'importance et le besoin du travail pour les individus, la mise en œuvre de cette philosophie et les avantages du bonheur dans l'environnement de travail.

### 2.1 Concepts de bonheur

Le bonheur est très difficile à mesurer, car il est perçu différemment par les gens. En général, la société caractérise le bonheur comme une étape atteinte après l'accomplissement d'une très grande période d'efforts corporels ou mentaux.

Par la définition du dictionnaire Aurélius (1999), le bonheur est l'état de ceux qui sont heureux, un sentiment de bien-être et de contentement, qui peut se produire pour diverses raisons. Le bonheur peut être amélioré par la réalisation d'un rêve ou d'un but, en étant à côté de personnes de bonne humeur, ou tout simplement, ne pas avoir une raison spécifique.

Achor (2012, p. 8) soutient que si le succès se rapporte vraiment au bonheur, une promotion au travail, un objectif atteint dans les études ou dans la vie en général, ce serait suffisant pour que la personne devienne heureuse. Mais avec chaque réalisation de but, il est déplacé vers l'avant et les gens finissent par le perdre de vue.

Le bonheur doit être perçu au cours du processus et pas seulement à la fin, si souvent dans le jour au jour, il n'est pas possible de profiter du moment et cela rend les individus malheureux.

Fernandes (2015, p. 22) déclare que ' le fait d'être heureux doit être la règle, et non l'exception' Les gens ont besoin d'organiser leur pensée afin qu'ils puissent mal caractériser cette croyance en la société et valoriser le présent.

### 2.2 Le Bonheur sur le lieu de travail

Quand il s'agit de bonheur, beaucoup de gens ne peuvent pas lier cette idée avec le travail, car cette activité est généralement étiquetée comme frustrante et négative. Les individus se sentent obligés d'obéir aux ordres et de se conformer à leurs heures de bureau, caractérisant l'expression de routine : « vous êtes payé pour travailler ».

Dans cette même ligne de pensée, Sisodia, Sheth et Wolfe (2008, p. 65) soulignent que la plupart des entreprises s'efforcent de créer des ambiances de travail rationnels, laissant peu de place aux problèmes émotionnels, mais il est impossible d'éliminer les émotions de toute sphère humaine. Les entreprises qui ne se soucient pas du bonheur de leurs employés investissent beaucoup de temps pour les former à ne rien faire d'autre que ce qu'on leur a demandé de faire et de payer quelqu'un juste pour contrôler leur travail et ne pas les instruire.

Selon Bakke (2006, p. 50), « de nombreux chefs d'entreprise sont beaucoup plus préoccupés par les tâches que les gens accomplissent qu'avec les gens elles-mêmes . » Il ya des organisations qui pensent encore comme la phrase satirique d'Henry Ford: «À quoi ça sert une personne complète, si tout ce que je veux est une bonne paire de mains? ».

Le changement dans ce contexte organisationnel est né avec l'approfondissement des questions qui se rapportent à la motivation des employés. Il est très épuisant de motiver un employé malheureux donc, l'intérêt des entreprises dans l'approfondissement et dans l'application de certains changements dans l'environnement organisationnel a beaucoup augmenté.

Fernandes (2015) développe que, d'abord, dans une organisation il faut pousser et préserver le bonheur des employés, car cela fait avoir plus de profits, caractérisant le bonheur comme cause et le bénéfice comme effet.

La pensée de Fernandes s'aligne également sur la recherche de Sisodia, Shet et Wolfe, qui suggère que les entreprises les plus aimées, savent que les employés avec un haut niveau de satisfaction au travail, produisent des clients plus satisfaits.

De même, Yerkes (2008, p. 36) présente une relation positive entre le travail, le plaisir et la productivité. Pour l'auteur, il existe 11 principes qui rendent les entreprises plus productives et donnent plus de sens aux employés : la permission d'effectuer; contester les préjugés; capitaliser sur la spontanéité; confiance dans le processus; valoriser la diversité et les styles amusants; élargir les frontières; être authentique; être judicieux; embaucher de bonnes personnes et sortir du chemin; adopter une façon de penser expansivement/oser prendre des risques; célébrer.

Il est perçu que chaque individu a ses particularités et caractéristiques et our celà, , il est donc nécessaire de l'accompagner pour identifier comment l'entreprise sera en mesure de le garder complet et de mieux utiliser son potentiel. Dans le passé, il n'y avait que des

entreprises préoccupées par la motivation des employés et non avec le bonheur des employés. Cependant, plus que jamais, les entreprises doivent penser au bonheur des gens (Yerkes, 2008).

Selon Bendassoli (2007), il souligne que les théories de motivation ont été transformées par le bonheur. Les mythes du bonheur du passé ne sont plus les mêmes aujourd'hui, où la gestion des personnes fait face à de nouveaux défis pour créer des stratégies de motivation.

Fernandes (2015, p.167) ajoute que « en fonction de la nouvelle philosophie de gestion, chaque personne collabore avec l'autre et tous contribuent à la prospérité de l'entreprise. Rien de tout cela n'est prévu ou exigé de l'employé.quot. Il se produira d'une manière naturelle, car les changements sont perçus dans le milieu de travail.

### **2.3 Importance du travail pour la personne**

Dès son plus jeune âge, on apprend l'importance et le besoin d'avoir une profession qui dignifie. Le travail va bien au-delà de répondre aux besoins de base et d'être un soutien de famille. Se sentir utile et participer à une cause plus grande permettent la motivation et une grande satisfaction personnelle. Comme l'a déclaré la psychologue organisationnelle Rissi (2013 apud Mendes, 2013) « Le travail seul est révélateur de notre humanité, puisqu'il permet une action transformatrice sur la nature et sur soi-même. De plus, notre capacité inventive et créative est externalisée grâce à l'artisanat que nous réalisons ».

Si important quand vous faites votre travail est d'aimer ce que vous faites. Ceux qui remplissent leur fonction sans être satisfaits de ce qu'ils exécutent, ils n'auront certainement aucun engagement et leur revenu sera plus faible, en plus de la propension à développer la dépression.

De l'avis de Yerkes (2008), la conception du travail n'est pas statique, elle change à mesure que les attitudes changent dans l'environnement de travail. L'auteur souligne que les gens exigent plus de leur environnement de travail, en quête de satisfaction avec leurs expériences de travail. Pour Yerkes (2008, p. 47), « le travail d'aujourd'hui doit attirer les meilleures personnes et être en mesure d'assurer un certain accomplissement ».

Rissi (2013) souligne que le travail sans plaisir est synonyme de souffrance et peut causer une sorte de maladie, si le travail ne génère pas le bien-être, il peut apporter plus de mal que d'avantages. Souvent, le travail est associé à des conflits constants entre les leaders et les adjugés, le manque de communication, etc.

Les organisations intelligentes ont déjà réalisé que leurs employés sont leur principal atout, et les traitent avec toutes les considérations possibles afin d'obtenir la participation, la participation et l'engagement. Si les gens se sentent comblés au travail, avec les bons encouragements des dirigeants, ils présenteront de meilleurs résultats.

#### **2.4 Mise en œuvre de la philosophie du bonheur sur le lieu de travail**

On croyait ,dans le passé, qu'après la formation des pensées, lorsque le cerveau atteignait l'âge de la maturité, il serait impossible de changer. Les gens sont nées prédéterminées pour être ce qu'ils sont à l'âge adulte. « Mon destin est d'être malheureux. » « Vous ne pouvez pas enseigner à un vieux chien de nouveaux trucs. » « Certaines personnes naissent pessimistes et ne changeront jamais. » « Les femmes ne sont pas douées en mathématiques. » « Moi, je ne suis pas drôle. » « Elle est née athlète. » (Achor, 2012).

Selon Achor (2012, p.35), « la plus grande partie du XXe siècle dans les cercles de recherche, les plus prestigieux,c' était que, après l'adolescence, notre cerveau était devenu fixe et inflexible ». Cependant, bien que la recherche ait été approfondie, il a été prouvé que le cerveau est malléable et que, de cette façon, il peut changer tout au long de la vie, qui a été précédemment a été caractérisé comme inconcevable.

Avec l'avancement de la psychologie positive, les études ont révélé d'innombrables façons dont il est possible de reconfigurer le cerveau pour agir d'une manière plus positive, créative, résiliente et productive, et de voir plus de possibilités dans le monde.

Selon Seligman (2004, p. 40), les pessimistes sont prédisposés à la dépression, à la baisse des résultats scolaires, au travail, à une mauvaise santé avec une espérance de vie aussi faible. Les émotions positives renforcent les ressources intellectuelles, sociales et physiques que nous pouvons saisir lorsque des opportunités se présentent.

Selon Seligman (2004), « notre économie évolue rapidement d'une économie monétaire à une économie de satisfaction ». Par conséquent, les entreprises devraient être à l'écoute de cette question parce que ce mouvement fluctue (lorsque le travail fait défaut, la satisfaction personnelle perd un peu de poids; lorsque l'offre d'emploi est abondante, la satisfaction personnelle compte plus). Cependant, depuis deux décennies, ils pointent résolument vers la satisfaction personnelle.

Ainsi, sur le lieu de travail, cette transformation de la pensée axée sur les gens et leur bonheur doit également se produire. Pour que la mise en œuvre se produise de manière naturelle, vous devez commencer par le haut de l'entreprise. Initialement, la direction de l'organisation doit acheter l'idée, donc partir de ce principe pour une meilleure adaptation et l'acceptation.

Ce processus est lent et nécessite l'engagement de tous les niveaux de l'entreprise, car certains paradigmes doivent être évalués et modifiés tout au long du déploiement. D'excellents leaders gardent à l'esprit ce qu'ils veulent et fournissent des exemples à l'équipe. Avant de charger, ils montrent le chemin (Mello; Ortega, 2012).

La première règle pour pouvoir changer ce modèle d'affaires est de croire qu'au sein de l'organisation, l'actif le plus précieux existant sont les personnes et il est donc nécessaire d'avoir un véritable intérêt pour eux et de donner de bonnes conditions de travail (Mello; Ortega, 2012).

Sheth, Wolfe et Sisodia (2008, p. 50) lors de l'observation des grandes entreprises soulignent que les entreprises les plus admirées et les plus sympathiques au public peuvent être comprises comme une caractéristique humaniste, parce qu'elles sont imprégnées de servir les parties prenantes.

Lorsque vous abordez un sujet d'un véritable intérêt, cela signifie avoir un réel intérêt pour les gens. Vous devez organiser le temps sur votre calendrier pour appeler vos employés pour parler et « être là » lorsque vous parlez. À ce stade, ils peuvent parler sur des objectifs personnels, des opinions sur l'entreprise et même faire de la place au cas où l'employé a besoin de se soulager. Il est important de se rappeler qu'il n'est pas possible de séparer complètement le côté personnel du côté professionnel et que vous devez donc être conscient du comportement de vos adjugés, afin que vous puissiez soutenir toute votre équipe (Fernandes, 2015).

Lorsqu'il y a des problèmes, qu'ils soient personnels ou professionnels, il est normal que la performance soit plus faible. Ainsi, le leader doit aider ce processus parce que plus tôt il est résolu, l'employé retrouvera rapidement sa meilleure performance au cours de l'organisation (Fernandes, 2015).

Fernandes (2015, p.110) estime que « le meilleur leader est celui qui a un véritable intérêt pour la personne et qui respecte et stimule donc les compétences de chaque employé ». Pour faciliter la compréhension de cette information, illustre avec l'activité du chef

d'orchestre, parce qu'il fait un bel acte de leadership: il offre de son mieux pour tirer le meilleur parti de l'autre.

Il est également de la plus haute importance d'être ouvert aux opinions divergentes de votre équipe. Certaines organisations choisissent la boîte à suggestions, mais il faut faire attention lors de son utilisation. Si vous avez des idées déposées là-bas, c'est parce que les gens veulent une réponse ou des commentaires sur le sujet. Lorsque vous choisissez de l'utiliser, vous devez répondre à tous les messages.

La pensée de Fernandes s'aligne également sur la recherche de Sisodia, Shet et Wolfe, qui suggère que les entreprises les plus aimées, savent que les employés avec un haut niveau de satisfaction au travail, produisent des clients plus satisfaits.

Il est également de la plus haute importance d'être ouvert aux opinions divergentes de la vôtre. Certaines organisations choisissent la boîte à suggestions, mais il faut faire attention lors de son utilisation. Si vous avez des idées déposées là-bas, c'est parce que les gens veulent une réponse ou des commentaires sur le sujet. Lorsque vous choisissez de l'utiliser, vous devez positionner un retour à tous les messages.

## **2.5 Avantages du bonheur en milieu de travail**

Du point de vue de Seligman (2004), on croit qu'il est très peu probable qu'il soit en mesure de préciser si une plus grande satisfaction au travail rend la personne plus heureuse ou si la volonté d'être heureux génère la satisfaction au travail. Ce qu'il est possible de clairement voir, c'est que les gens plus heureuses sont plus satisfaites de leur travail que les moins heureuses. Selon une enquête de l'auteur, il suggère que plus de bonheur provoque une productivité plus élevée et un salaire plus élevé, et que les évaluations de leurs supérieurs aux adjugés ont de meilleurs résultats.

En outre, Brum (2017, p. 37) présente les résultats d'une enquête menée par l'Institut Gallup, dans laquelle les gens se sentent heureuses dans leur environnement de travail et 86% des gens sont engagés, c'est-à-dire, plus engagées dans le but de l'entreprise, plus les gens se sentent heureuses. Les professionnels engagés sont celles qui travaillent avec passion et qui ont un lien profond avec l'entreprise, généralement ce sont eux qui conduisent l'entreprise vers l'avant.

Les gens ne poursuivent pas les entreprises pour lesquelles ils se sentent affection Isisodia, Shet, Wolfe, 2008, Brum (2017 ) souligne également que le bonheur est caractérisé comme des moments de la vie, et que les moments vécus, qui donnent envie de rester dans les organisations, c'est-à-dire, le bonheur est lié à la rétention des talents.

### **3 METHODOLOGIE DE RECHERCHE**

Cette section présente la méthodologie de recherche. Voici la société qui a été recherchée, la définition de l'échantillonnage de la recherche, l'instrument utilisé pour la collecte d'informations, ainsi que les procédures de collecte des données.

#### **3.1 L'entreprise interrogée**

L'étude de cas a été développée dans une société de conseil en recouvrement, avec le capital national, qui a 3 unités d'exploitation (deux dans le Sud et une dans le Sud-Est). Au cours de la période de recherche, le personnel était de 90 personnes au total. L'entreprise a été choisie en raison de certaines caractéristiques, telles que: être en train de développer un projet pour améliorer le bonheur dans l'environnement des affaires; avoir obtenu des positions concurrentielles sur le marché dans lequel elle est insérée; chercher la valorisation de l'être humain; s'être développé technologiquement dans leurs processus et équipements, en plus d'être une entreprise ouverte au dialogue et à l'analyse académique.

#### **3.2 Type de recherche**

La recherche est caractérisée comme une étude de cas. Dans la méthodologie de l'étude de cas, le chercheur a peu de contrôle sur les événements. Il y a plus de variables d'intérêt que de points de données. L'étude de cas est une étude empirique qui analyse un phénomène contemporain (Yin, 2010).

L'étude de cas analyse les phénomènes en profondeur dans son contexte et peut être utilisée pour avoir une analyse basée sur de différents angles. Habituellement, les études de cas sont menées en fonction des détails et sur plusieurs sources de données (Roesch, 1999).

La recherche est également exploratoire, car elle a une planification plus souple qui permet d'étudier le thème sous de différents angles et aspects, en interrogeant les personnes qui vivent et connaissent l'environnement analysé (Prodanov ; Freitas, 2013).

En outre, la recherche présente une approche quantitative, car les hypothèses sont formulées et la relation entre les variables est classifiée, visant à assurer l'exactitude des

résultats, en évitant les contradictions dans le processus d'analyse et d'interprétation (Prodanov; Freitas, 2013).

### **3.3 Instrument de recherche**

Pour recueillir les informations nécessaires, nous avons opté pour le questionnaire, qui est traditionnellement utilisé dans la recherche avec une approche quantitative. Le questionnaire suit une logique interne et représente les objectifs de la recherche (Rutter; Abreu, 2003).

L'instrument de recherche a été élaboré par les auteurs avec le soutien de la zone des ressources humaines de l'entreprise, compte tenu de la référence étudiée. L'échelle Fordyce (apud Seligman, 2004, p.30) a été utilisée pour identifier le niveau de bonheur ou de malheur momentané, l'échelle générale du bonheur créée par la professeur de psychologie Sonja Lyubomirsky (apud Seligman, 2004, p. 62), ainsi que les questions liées au fonctionnement de l'entreprise et les perceptions générales sur le bonheur sur le lieu de travail.

Cet instrument a été structuré en deux parties : la collecte de données sur le temps de travail dans l'entreprise, l'unité et le niveau d'éducation et les questions sur la révélation du bonheur au travail et s'il y a bonheur dans l'environnement organisationnel.

Après la construction du questionnaire, il est passé par l'analyse d'un enseignant spécialisé dans la gestion des personnes, et après qu'il a été effectué le pré-test pour la validation finale. L'essai ou la recherche pilote se caractérise par le caractère expérimental appliqué à un petit échantillon de participants. Le but du pré-test est de déterminer si les questions sont compréhensibles, si la séquence de questions est adéquate et si les résultats sont significatifs (Rooesch, 1999).

### **3.4 Échantillonnage et collecte de données**

Le questionnaire pour la préparation de la recherche a été envoyé à tous les employés, mais seulement 46 d'entre eux ont répondu à temps. Ainsi, un retour de 50 % des employés de l'entreprise, provenant de divers niveaux organisationnels, a été obtenu. L'intention initiale de l'étude était de s'appliquer à cent pour cent des employés.

La collecte de données pour l'analyse de l'objet de recherche s'est effectuée par le biais d'un bulletin électronique pour chaque collaborateur, à l'aide d'un questionnaire structuré

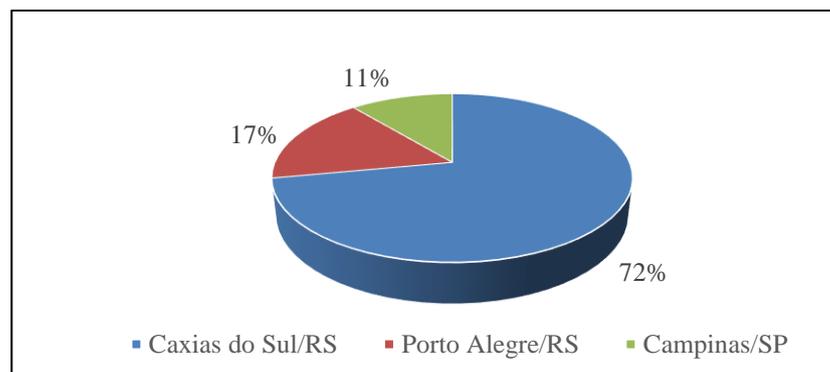
comportant des questions ouvertes et fermées. Pour la collecte de données, l'outil Google Forms a été utilisé. La période de collecte de données s'est déroulée du 14 au 23 mars 2018.

#### 4 ANALYSE DES RESULTATS

Pour faciliter la compréhension des résultats de la recherche, les données ont été regroupées en des catégories d'analyse : profil des personnes interrogées, niveau de bonheur des professionnels individuellement et dans l'environnement de travail, communication avec la direction leaders de l'entreprise et fierté d'appartenance à l'organisation. Pour l'analyse des données, l'analyse statistique a été utilisée, dans laquelle les réponses de chaque personne interrogée sont codées puis manipulées de diverses façons (Roesch, 1999).

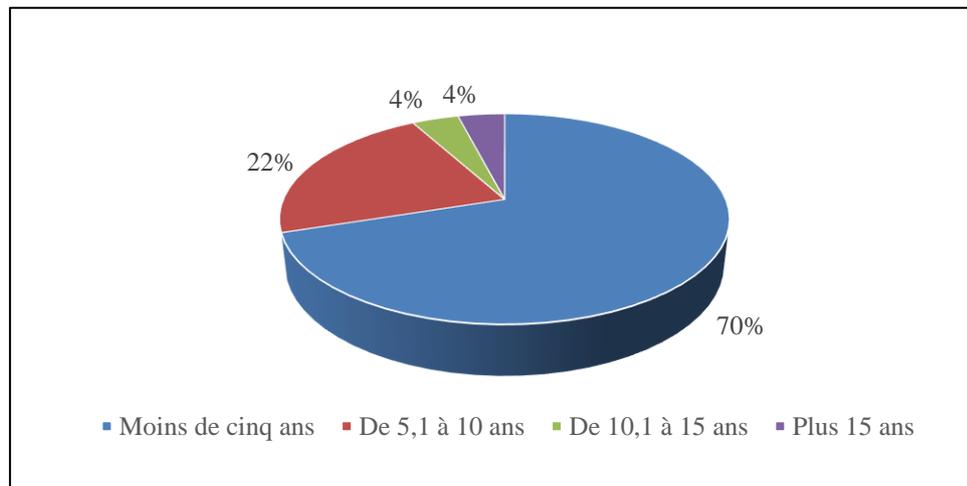
##### 4.1 Profil des interrogés

Il est observé par les réponses selon le Graphique 1, que la plupart des personnes interrogées appartiennent au siège de Caxias do Sul/RS 72%. Compte tenu de la croissance de l'entreprise au cours des dernières années, la plupart des employés ont été dans l'entreprise depuis moins de 5 ans 70% . D'autre part, l'entreprise a plus de 30 ans de solidité sur le marché avec des employés avec plus de 15 ans d'entreprise 4% .



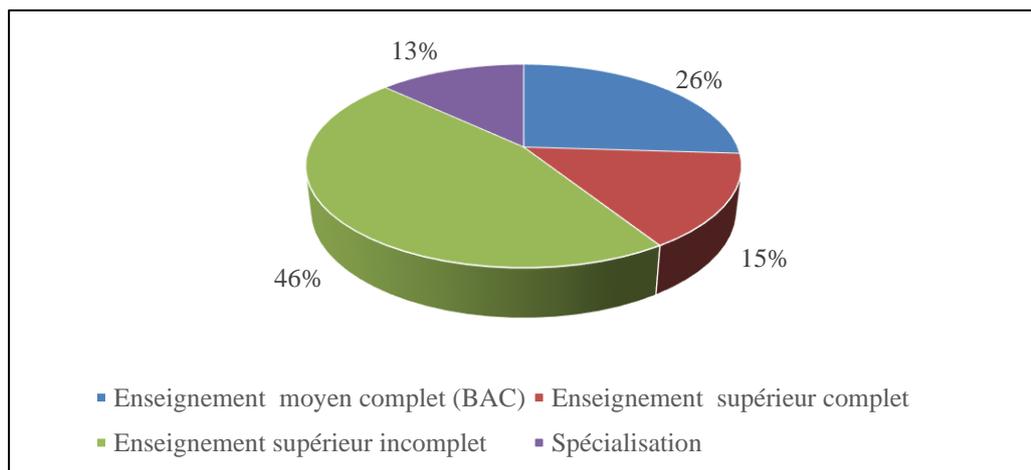
**Graphique 1:** Unité de Travail

Source: Préparé par l'auteur (2018).



**Graphique 2:** Temps dans l'entreprise

Source: Préparé par l'auteur (2018).



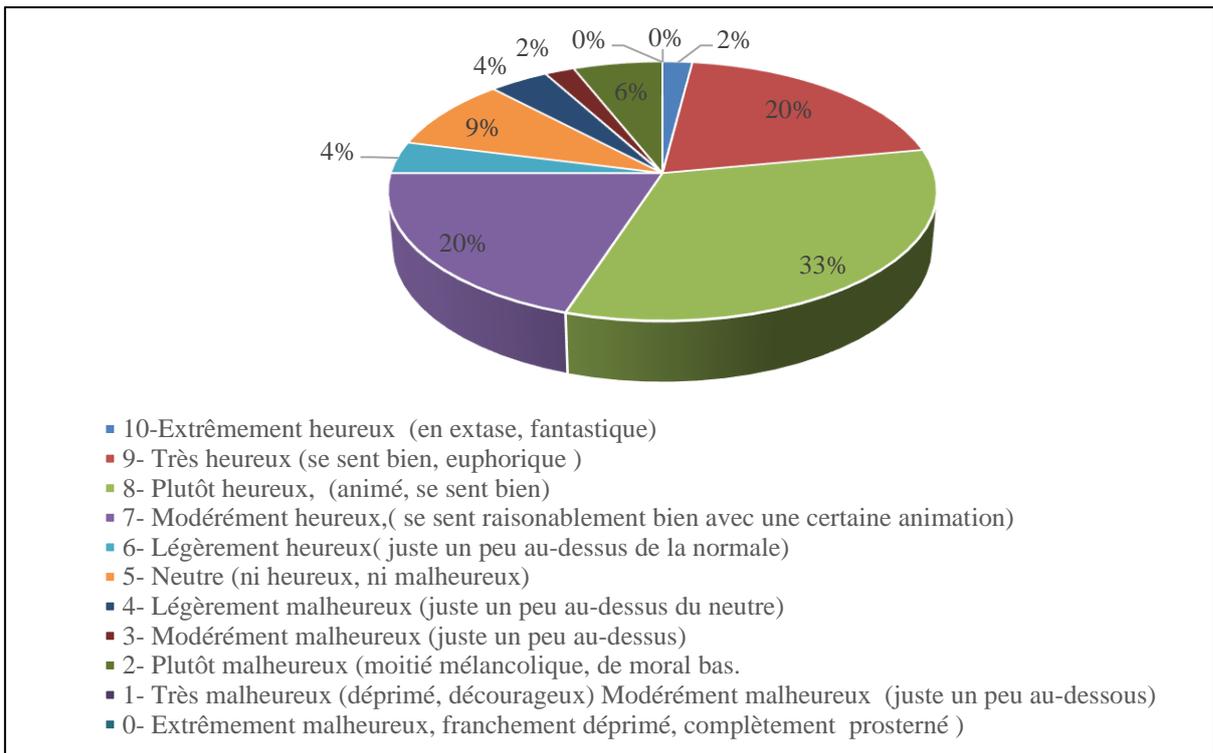
**Graphique 3:** Niveau d'Instruction

Source: Préparé par l'auteur (2018).

En ce qui concerne le niveau d'instruction, la majorité des employés sont de l'enseignement supérieur complet, incomplet et/ou spécialisé 74 %. Selon la recherche, tous les employés de l'entreprise ont terminé leurs Études Secondaires.

#### 4.2 Niveau de bonheur des professionnels individuels

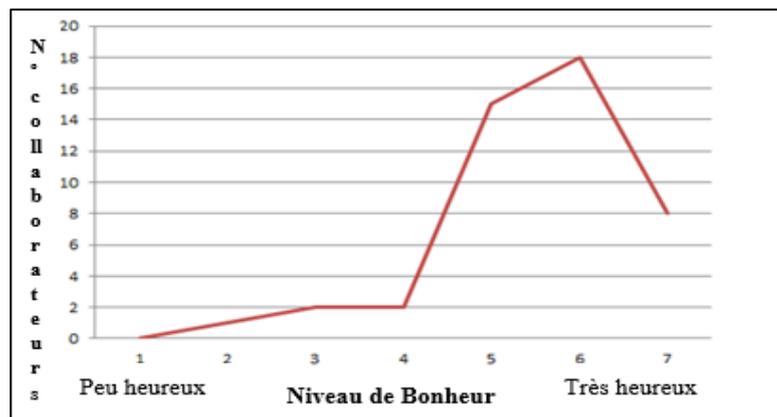
En analysant le niveau actuel de bonheur des employés utilisant l'échelle de Michael W. Fordyce (apud Seligman, 2004, p. 30), on perçoit que 78% d'entre eux ont un certain degré de bonheur. Pour la plupart, ils se sentent très heureux (excités, se sentent bien) ou légèrement heureux (se sentir raisonnablement heureux, avec une certaine animation).



**Graphique 4:** Quel est votre niveau actuel de bonheur ou de malheur?

Source: Préparé par l'auteur (2018).

Dans l'analyse générale, 89,1 % des personnes interrogées considèrent encadrés dans les niveaux les plus élevés de bonheur.



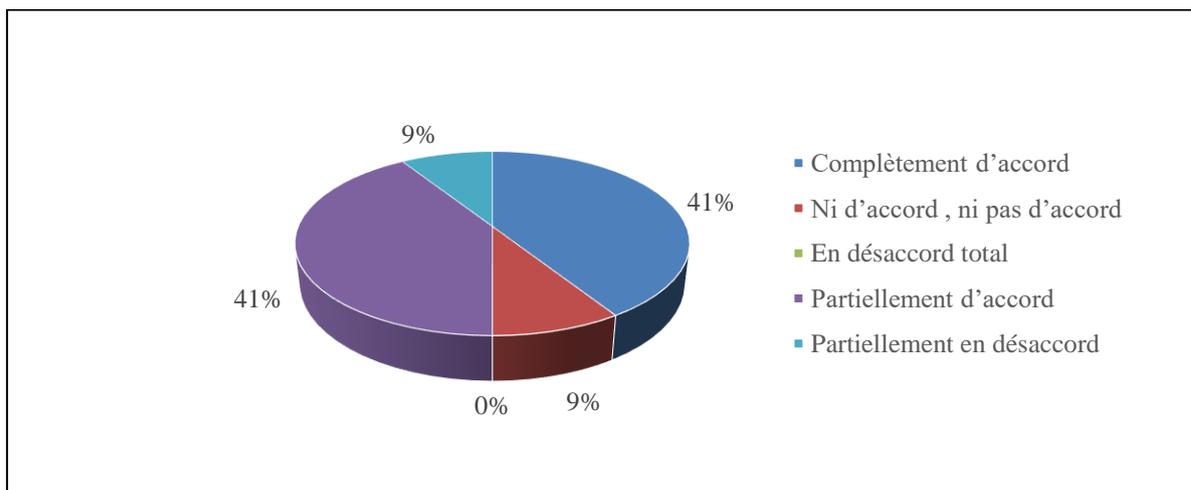
**Graphique 5:** En général, je me considère

Source: Préparé par l'auteur (2018).

Lorsqu'on leur a demandé sur ce qui les rend heureux dans leur vie personnelle, 82,6 % des réponses contenaient la famille comme l'une des raisons de leur bonheur. Les autres éléments mentionnés étaient : amis (30,4 %), réalisations (26 %), voyager/se promener (21,7 %), santé (17,4 %), stabilité financière (13 %), joie des enfants (10,9 %) et l'intimité avec Dieu (8,7 %).

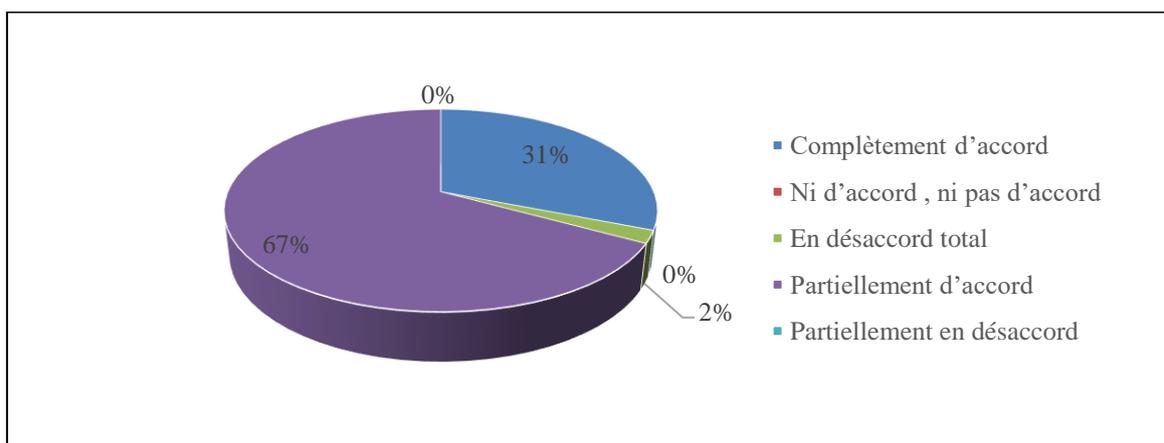
### 4.3 Niveau de bonheur des professionnels sur le lieu de travail

Brum (2017, p. 24) souligne que le bonheur lié au travail contribue fortement à la génération de profits. Il a été indiqué que 82,6 % des personnes interrogées se considèrent heureuses au travail, ce qui a une relation directe avec le fait de se sentir faire partie de l'équipe et d'avoir une relation agréable avec leurs collègues du secteur.



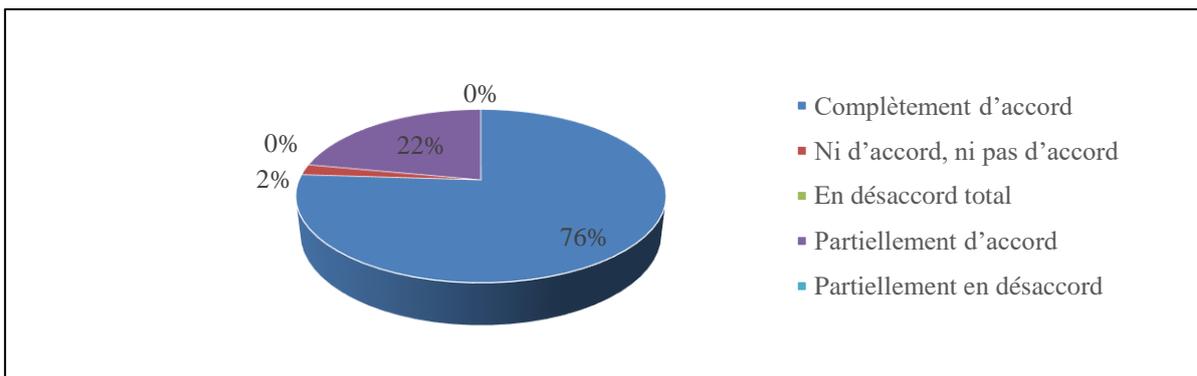
**Graphique 6:** Vous sentez-vous heureux de travailler?

Source: Préparé par l'auteur (2018).



**Graphique 7:** Avez-vous des relations étroites avec vos collègues du secteur?

Source: Préparé par l'auteur (2018).



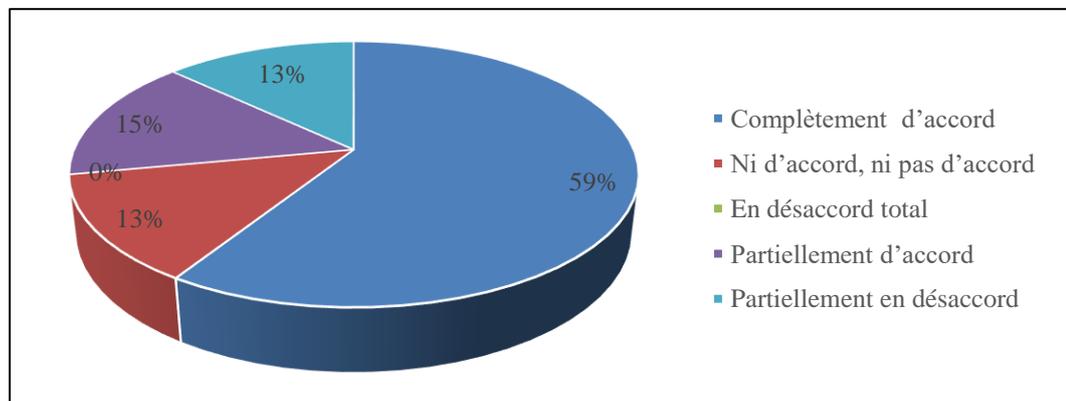
**Graphique 8:** Vous croyez que c'est possible d'Être heureux au travail?

Source: Préparé par l'auteur (2018).

Lorsqu'on a demandé aux personnes interrogées ce qui les rend heureuses au travail, 36,9% ont indiqué que c'est la reconnaissance de leurs efforts. Les autres points importants les plus mentionnés sont les collègues (32,6%), l'environnement (19,6%), la rémunération (17,4%) transparence de l'entreprise (10,9%). Autres points mentionnés: fonction, bonne humeur des collègues et objectifs atteints.

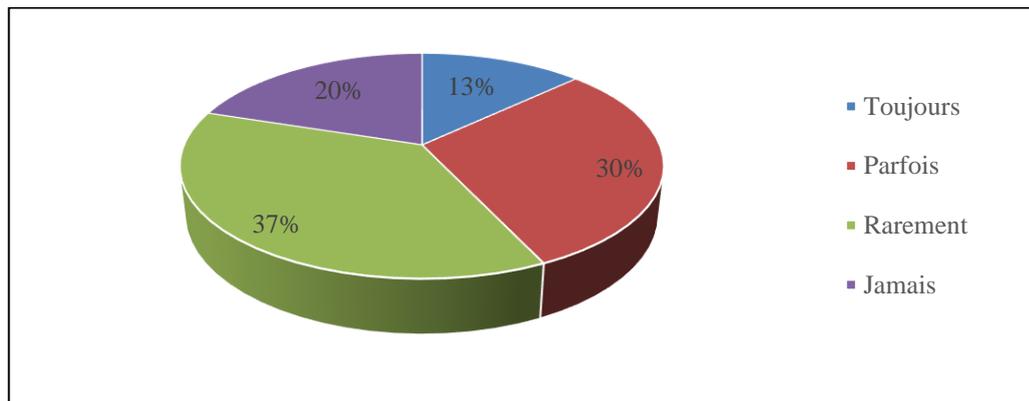
#### 4.4 Communication avec la direction et le leadership de l'entreprise

Selon les réponses du graphique 9, il est vérifié que 58,7% des personnes interrogées sont tout à fait d'accord pour dire que l'entreprise a un environnement propice à l'amélioration du secteur et seulement 13% d'entre elles sont en partie en désaccord avec cette affirmation. Lorsque vous créez un environnement dans lequel l'employé se sent partie, la plupart du temps, il présente l'amélioration comme l'une de ses activités. Par conséquent, ils avisent à leurs supérieurs de continuer et de vérifier la possibilité de mettre en œuvre leur idée (YERKES, 2008).



**Graphique 9:** Lorsque vous avez une suggestion d'amélioration dans le secteur, avezvous une ouverture à exposer au leader immédiat ?

Source: Préparé par l'auteur (2018).



**Graphique 10:** Avez-vous parlé directement au directeur de l'entreprise?  
Source: Préparé par l'auteur (2018).

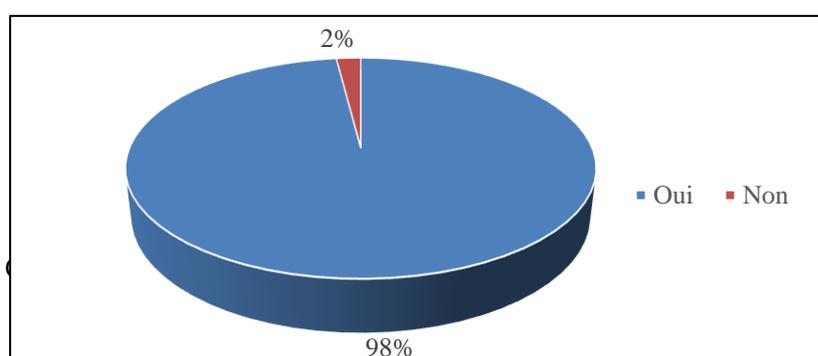
Il y a peu de présence de la direction au niveau opérationnel. Il est à noter que le taux d'employés qui ne parlent jamais ou rarement avec la direction de l'entreprise est très élevé, totalisant 56,6 %. Lorsqu'on leur a demandé de suggérer des actions qui ont généré plus de bonheur au travail, la suggestion qui a beaucoup apparue, c'était que le directeur pourrait être plus proche des employés ou qu'il devrait avoir une plus grande interaction avec eux.

D'autres actions qui, selon les interrogés généreront plus de bonheur, c'est d'effectuer des activités de motivation et d'améliorer la communication sur les décisions prises. Ces suggestions sont conformes aux études de Brum (2017).

Une action possible pour l'entreprise de répondre à la suggestion des employés est la mise en œuvre de l'endomarketing dans l'entreprise. Endomarketing comprend le marketing appliqué au sein de l'entreprise, et l'idée est d'offrir plus d'attention aux employés, ce qui les rend mieux informés (Brum, 2017).

#### 4.5 Fierté d'appartenance à l'entreprise

Selon les résultats des entrevues, l'entreprise présente un environnement agréable, où les gens travaillent en bonne humeur et se sentent reconnus par leur dévouement à l'entreprise, la fierté des employés quand ils disent qu'ils appartiennent à l'organisation est très élevée, les résultats montrent que 97,8% des interrogés sont fiers d'appartenir à l'entreprise et cela reflète



le résultat des dernières années de l'entreprise et justifie sa croissance.

**Graphique 11:** Êtes-vous fier de dire que vous travaillez à Angeza?

Source : Préparé par l'auteur (2018).

Selon Marques (2015), il y a des avantages lorsqu'il s'agit de stimuler la prise de conscience d'appartenance organisationnelle, certains d'entre eux ce sont : augmentation du niveau d'engagement et motivation, réduction substantielle de la chiffre d'affaires, croissance continue et accélérée de l'organisation, entre autres.

## 5 CONSIDERATIONS FINALES

Il a été vérifié par cette recherche que le bonheur est l'un des facteurs les plus importants au sein de l'organisation, ayant une relation directe avec la productivité des employés. Lorsque les gens sentent qu'ils font partie d'une équipe, ils se sentent plus heureux et cela augmente l'intérêt, l'engagement envers l'entreprise et l'engagement. Ainsi, les entreprises qui mettent en œuvre la philosophie sur le lieu de travail ont tendance à obtenir de meilleurs résultats sur le marché.

Grâce à l'étude, il a été possible d'atteindre l'objectif général, qui était d'identifier la perception des employés de l'entreprise sur le bonheur dans l'environnement de travail. En outre, il a été possible de mesurer le degré de bonheur grâce à l'utilisation de l'échelle Fordyce (apud Seligman, 2004). Ces résultats présentent un aperçu de la situation actuelle, permettant à l'entreprise d'améliorer ce qui est bon, et aussi de développer des améliorations basées sur les résultats de la recherche.

La recherche a montré que le bonheur est associé à la vie personnelle des employés, dans laquelle la famille est la première, c'est-à-dire, l'entreprise peut également penser à des actions impliquant la famille pour renforcer le concept de bonheur dans l'environnement de travail.

Les données de recherche peuvent également être utilisées par la zone de gestion des personnes pour minimiser les facteurs liés au malheur et/ou aux signes de dépression, puisque les réponses volontaires et les gens ont placé exactement leurs perceptions du moment.

Il convient également de mentionner, selon Sisodia, Sheth et Wolfe (2008), les gens ne poursuivent pas les entreprises pour lesquelles elles sentent de l'affection. Cela peut être justifié, parce que certains employés se sentent si proches des gens de l'entreprise, qu'ils

estabelecem des liens fraternels avec eux et cela rend difficile de démontrer une manifestation contre l'entreprise.

Une autre conclusion importante est que les gens ont besoin d'être heureuses dans le lieu de travail et à l'extérieur ainsi, car il n'est pas possible d'avoir le discernement pour séparer les deux environnements tout le temps. Aimer ce que vous faites et vivre dans un environnement agréable fait toute la différence.

La recherche présente comme une limite le fait qu'elle n'a pas envisagé cent pour cent des employés selon l'intention initiale, puisqu'un délai a été établi pour son développement. Ainsi, il est suggéré que les mêmes recherches soient effectuées à nouveau à partir de maintenant plus longtemps pour la réponse des employés.

Il convient de noter que les données qualitatives de la recherche ont étudié la perception du bonheur dans l'environnement de travail, ainsi qu'identifié la compréhension générale du bonheur et comment il se présente en dehors de l'organisation étudiée. Le but de cette recherche n'était pas de mesurer l'augmentation quantitative de la productivité en fonction du bonheur des sujets, mais il est entendu que cet objectif peut être obtenu par une autre enquête.

Une autre suggestion de la recherche future est d'approfondir la compréhension qualitative des raisons du bonheur, puisque lors de l'analyse du niveau de bonheur des professionnels individuellement (point 4.2), la santé a eu un score inférieur aux attentes et la stabilité financière présente un pourcentage pertinent parmi les employés.

## RÉFÉRENCES

- Achor, S. (2012) O jeito Harvard de ser feliz: o curso mais concorrido de uma das melhores universidades do mundo. São Paulo: Editora Saraiva.
- Bakke, D. W. (2006). Empresa estimulante, equipe atuante: como criar um ambiente de trabalho mais feliz, com resultados mais lucrativos. São Paulo: Editora Gente
- Bendassolli, P. (2018) F. Fator Humano: Felicidade e trabalho. Disponible en: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/%20viewFile/34637/33439>> Accès en: 05 de mar de 2018.
- Brum, A.; M. (2017). Endomarketing estratégico: como transformar líderes em comunicadores e empregados em seguidores. São Paulo: Integrare.
- Brum, A.; M.. (2010) Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa. São Paulo: Integrare.
- Fernandes, M. (2015). Felicidade dá lucro: lições de um dos líderes empresariais mais admirados do Brasil. São Paulo: Editora Schawarcz S.A.

- Fidelis, A. C.; Borelli, V. A.; Rech, J. (2018). A Relação entre Felicidade e Trabalho: um estudo exploratório com profissionais ativos e aposentados. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucsppga/xvmostrappga/paper/view/4258/1413>> Acesso em: 02 de abr de 2018.
- Marques, J. R. (2018). O poder do pertencimento nas empresas. Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/portal/comportamento/poder-pertencimento-empresas/>> Acesso em: 07 de abr de 2018.
- Mello, J.; Ortega, M. (2012) Práticas de gestão empresarial de alta performance baseada em pessoas. São Paulo: Nova Cultural.
- Prodanov, C. C.; Freitas, E. C. de. (2013). Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale,
- Rissi, V. (2018) in: Mendes, G. O trabalho dignifica o homem. Disponível em: <<http://www.onacional.com.br/geral/cidade/37224/0>> Acesso em: 01 de abr de 2018.
- Roesch, S. M. A. (1999). Projetos de estágio e de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas.
- Rutter, M.; Abreu, S. A. (2003). Pesquisa de mercado. São Paulo: Ática.
- Sisodia, R.S.; Sheth, J. N.; Wolfe, D. B. (2008). Os segredos das empresas mais queridas: como empresas de classe mundial lucram com a paixão e os bons propósitos. Porto Alegre: Bookman.
- Yerkes, L. (2008). Produtividade divertida: criando lugares onde as pessoas adoram trabalhar. São Paulo: Matrix
- Yin, R. K. (2010). Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman.